

「暮らし向き」「世帯収入」ともに 良化するも、先行きは不透明

text by しがぎん経済文化センター(産業・市場調査部)

【調査概要】

- 調査名:「物価と消費に関するアンケート」
- 調査時期:2016年12月13日(火)~15日(木)
- 調査対象:滋賀県内の滋賀銀行本支店にご来店の女性
- 有効回答数:699人

2016年12月、滋賀銀行の店頭にご来店の女性を対象に「冬季・物価と消費に関するアンケート」を実施した。半期に1度、一般消費者視点で暮らし向きや物価、消費行動を調査するもので、今回は特別項目として「インターネット利用とフィンテック」についてもたずねた。

暮らし向きDI…1年ぶりに良化 世帯収入DI…一年半ぶりに良化

現在(2016年12月)の「暮らし向きDI」(「良くなった」「やや良くなった」と回答した割合から「悪くなった」「やや悪くなった」と回答した割合を引いた値)は-9.3となり、前回(16年6月:-16.6)から+7.3ポイントと、1年ぶりに大きく良化した(図1)。半年後については、「やや悪くなる」が大幅に増加し、全体では現在から10.3ポイント低下の-19.6と、前回の水準を超えて大きく悪化する見通しである。

現在の「世帯収入DI」(「増えた」「やや増えた」と回答した割合から「減った」「やや減った」と回答した割合を引いた値)は-4.8で、前回(16年6月:-11.2)から6.4ポイント改善し、1年半(3期)ぶりに良化に転じた。半年後の「世帯収入DI」は-13.4で、現状から8.6ポイント低下し、再び悪化に転じる見通しである。

物価DI…上昇し、1年ぶりに+70を上回る

現在の「物価DI」(「かなり上がった」「やや上がった」と回答した割合から「かなり下がった」「やや下がった」と回答した割合

を引いた値)は+72.8となった。前回(16年6月:+67.6)から5.2ポイント上昇。前回まで3期連続で低下し、前回丸3年ぶりに+70を下回ったが、今回再び+70を上回った。しかし、「かなり上がった」の割合は引き続き10%未満を維持しており、物価上昇への意識はあるものの、やわらぎつつある。半年後の「物価DI」は+68.0で、現在(+72.8)から-4.8ポイントと再び低下に転じる見通し。

強い「預貯金、投資」志向。節約意識は幅広く

今後半年間の世帯の支出について、支出を「増やしたいもの」「減らしたいもの」をたずねた(複数回答)。

「増やしたいもの」では、「預貯金、投資」が66.5%と飛び抜けて高く、前回(61.5%)同様に6割を超えた(図2)。依然として、貯蓄志向の強さがうかがえる。次いで「子どもや孫の教育費」(34.0%:前回33.9%)、「旅行、レジャー」(30.1%:前回28.7%)、「趣味、教養、自己啓発費(習い事など)」(23.2%:前回25.1%)が続いた。

一方「減らしたいもの」では、「食料品(日々の食費)」「外食」が

最も多く(ともに56.9%:前回それぞれ51.0%、53.4%)、次いで「光熱・水道費」(56.2%:前回54.8%)で5割を、「衣類、ファッション」(42.7%:前回41.2%)、「通信費」(40.2%:前回42.0%)で4割を超えた。日常の生活費から外食といった非日常的なサービスまで、節約意識は幅広い項目にわたっている。

インターネット利用は「自宅のパソコン」と「スマートフォン」を併用

特別項目として、「フィンテック(Fin Tech)」を取り上げた。フィンテックとは、金融(finance ファイナンス)と技術(technology テクノロジー)を組み合わせた造語で、デジタルテクノロジーを金融関連の仕組みに活用して新たに先進的な金融サービスを作り出す動きのことである。

最初にインターネットの利用について、どの端末を使っているかたずねたところ(複数回答)、全体では「自宅のパソコン」(71.9%)が最も高く、次いで「スマートフォン」(68.7%)となり、この2項目が突出した(図3)。

年代別にみると、「60歳以上」を除くすべての年代で「スマートフォン」「自宅のパソコン」割合が突出して高く、併用されている。「40代」は「自宅のパソコン」(82.4%)、「スマートフォン」(81.3%)ともに使用割合が全世代1位であった。「29歳以下」「30代」は「スマートフォン」が「自宅のパソコン」を上回り、若い年代ほどスマホでのネット利用度が高い。

「60歳以上」では、「自宅のパソコン」(50.5%)が最も高くなったものの、他の年代に比べ低く、次いで多い「スマートフォン」「携帯電話」も3割弱にとどまった。また、「インターネットを使用していない」が他の年代に比べて高く、3割を超えた。

フィンテック「知っている」は「29歳以下」が他の年代を大きく上回る

フィンテックを知っているかたずねたところ、全体では「名前も内容も知っている」(7.2%)は1割に満たず、「名前は聞いたこ

とはあるが、内容は知らない」(19.7%)と合わせると26.9%となった。

年代別にみると、「名前も内容も知っている」「名前は聞いたことはあるが、内容は知らない」ともに「29歳以下」が最も高く、いずれも2割を超えて他の年代を大きく上回った。一方、前問でネット利用度が最も高かった「40代」が、フィンテックの認知度は最も低かった。

フィンテックのサービス、「認知度」は若い年代ほど高く、「利用経験」は「30代」が高い

フィンテックのさまざまなサービスについて、「知っているか」(認知度)、「利用したことはあるか」(利用経験)をたずねたところ、全体では認知度、利用経験ともに「ネットバンキング」(それぞれ62.3%、39.9%)が最も高く、次いで「送金・決済サービス」(それぞれ45.7%、13.9%)となった(図4)。

年代別にみると、認知度、利用経験いずれも、すべての年代で「ネットバンキング」が最も高くなった。

認知度では、すべての年代で「ネットバンキング」がトップ。「60歳以上」以外の年代では6割を超えた。次いで高いのは、「29歳以下」を除くすべての年代で「送金・決済サービス」となり、「29歳以下」は僅差で「個人家計管理」となった。すべてのサービスにおいて、より若い年代の方で認知度が高くなる傾向にある。「60歳以上」はいずれも認知度が低い。

利用経験では、すべての年代で「ネットバンキング」が最も高くなった。「60歳以上」を除くすべての年代で4割を超え、「60歳以上」は2割弱にとどまった。「ネットバンキング」に次いで高いのは、認知度同様に「29歳以下」を除くすべての年代で「送金・決済サービス」となり、「29歳以下」は「個人家計管理」となった。

すべてのサービスを総合すると、利用経験が高いのは「30代」で、「60歳以上」は低い。

調査結果の詳細は当社ホームページの「滋賀ビジネスレポート」に掲載。
<http://www.keibun.co.jp/economy/business-report/>

図1 暮らし向きDIの推移

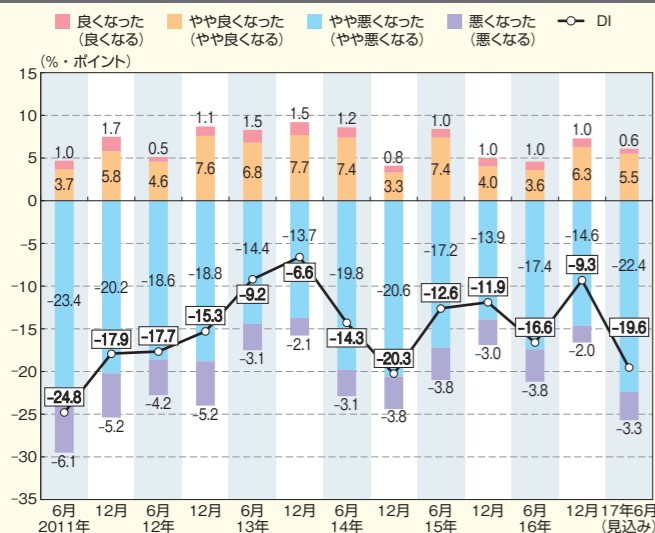


図2 今後半年間で世帯の支出を「増やしたいもの」「減らしたいもの」(複数回答)

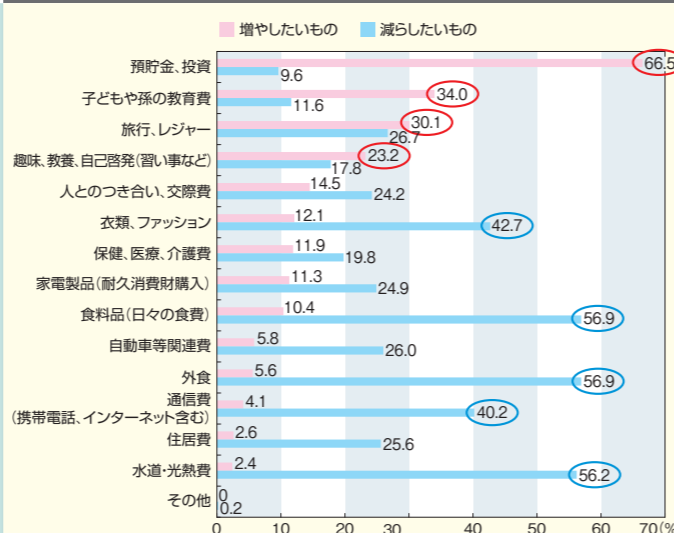


図3 インターネットをする際に使用する端末「年代別」(複数回答)

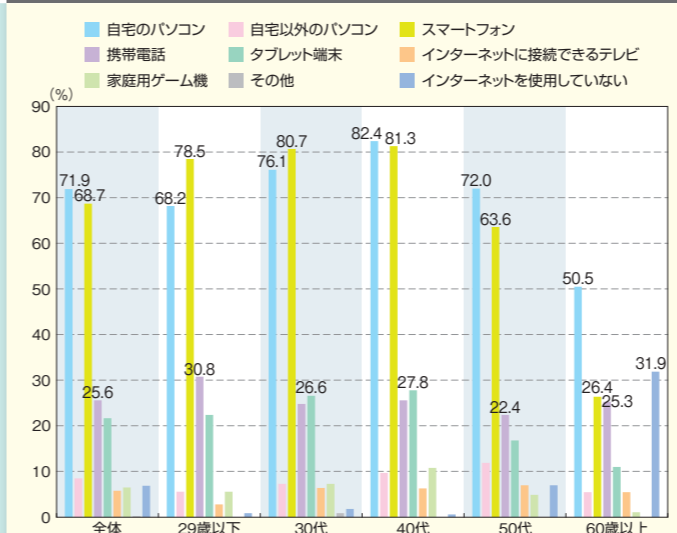


図4 フィンテックのサービス別認知度および利用経験「年代別」(複数回答)

